

REFERENSI

- Andonopoulos, V., Lee, J. (Jiyeon), & Mathies, C. (2023). Authentic Isn't Always Best: When Inauthentic Social Media Influencers Induce Positive Consumer Purchase Intention Through Inspiration. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103521>
- Angkasa, N., Krisna Marpaung, F., Sihombing, Y. R., Meliza, J., Holando, F. A., Evani, S., & Wijaya, K. (2024). Pengaruh Influencer Harga Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Skintifickonsumen Skintific. *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (Stim) Sukma*, 1. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i4.10412>
- Aria, R., & Siahaan, M. (2022). *The Influence Of Brand Ambassadors, Trust And Advertising On Purchase Decisions On E-Commerce Tokopedia (Case Study On Tokopedia E-Commerce Users At The Faculty Of Economics And Business, Bhayangkara University, Jakarta)*. <https://doi.org/10.37010/Int.V3i2.860>
- Assael, H. (1987). *Consumer Behavior And Marketing Action*.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (N.D.). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. 6(3), 2022. Backaler, J. (2018). *Digital Influence*.
- Bagas Putra Aditya, Matdio Siahaan, Wirawan Widjanarko, Tungga Buana Irfana, & Djuni Thamrin. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk La Omvi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 125–136. <https://doi.org/10.55606/Jekombis.V3i2.3482>
- Budy, V. (2023, January 11). 10 Negara Dengan Pengguna Tiktok Terbesar Di Dunia (April 2022). *Databoks*.
- Cabeza-Ramírez, L. J., Sánchez-Cañizares, S. M., Santos-Roldán, L. M., & Fuentes-García, F. J. (2022). Impact Of The Perceived Risk In Influencers' Product

Recommendations On Their Followers' Purchase Attitudes And Intention. *Technological Forecasting And Social Change*, 184.

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121997>

Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)*. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>

Chen, S. (2022). *Pengaruh Influencer Kecantikan Dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli*. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i2.582>

Fahasin, R. (2019). *Pengaruh Iklan Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen*

Fimela. (2024, January). *Syifa Hadju Didapuk Jadi Brand Ambassador Glad2glow, Ajak Masyarakat Glowing Bareng*.

Fridolin, H. (2023, March 5). *Mengenai Revolusi Industri 5.0*.

Ghozali. (2021). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*". .

Hardianti, S. (2019). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.

Hidayati, F. N., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Pada Umkm Sprouts Farms*. In *Journal Of Business Administration Economic & Entrepreneurship* (Vol. 6, Issue 1).

Ilhamsyah, P., Rosmita, A., & Nur'ainun Hasibuan. (2023). *Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sehat Bakery Sibuluan Indah*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 66–74. <https://doi.org/10.59024/jise.v1i3.103>

- Jalu, B., Prima, A. ;, & Restu, M. ; (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen*. <https://doi.org/https://journal.unj.ac.id/>
- Khoerul Imam, F., Lia Purwanti, N., Maya Sari, N., Permadi, C., Khoerul Imam Administrasi Niaga, F., Bagasari Bandung, S., Bandung, K., Lia Purwanti Administrasi Niaga, N., Maya Sari Administrasi Niaga, N., & Permadi Administrasi Niaga, C. (2024). Analisis Minat Beli Konsumen Cofffee Shop Di Bandung. In *Jurnal Eko-Bisma* | (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/doi>
- Koransulindo. (2023, September 29). Sejarah Tiktok Shop Hingga Dilarang Di Indonesia. *Koransulindo*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Laila. (2024, May 24). Penemu Tiktok: Fenomena Dan Bagaimana Sejarah? *Gramedia*.
- Margahana, H. (2020). *Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Oke Timur*.
- Maudya, A., Program, A., S1, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Indonesia, B., Muhammad, J., & Hamzah, I. (2022). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Skincare Klarity)*. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Mekawie, N., & Hany, A. (2019). Understanding The Factors Driving Consumers' Purchase Intention Of Over The Counter Medications Using Social Media Advertising In Egypt. *Procedia Computer Science*, 164, 698–705. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.12.238>
- Muhammad, A., & Yusuf, T. (2021). *Ragam Jenis Penelitian Dan Perspektif*. <https://doi.org/https://doi.org/10.55623/Au.V2i1.17>.
- Mulyono, *. (2022). Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19. In *Jurnal Web Informatika Teknologi (J-Wit)* (Vol. 7,

Issue 2). <https://doi.org/https://ejurnal-wit.ac.id/index.php/jwit/article/view/100>

Nachmias, & Nachmias. (2008). *Metode Penelitian Dalam Ilmu Sosial*.

Naziih, M. M., & Sangka, K. B. (2021). *Pengaruh Influencer Review Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Fashion Mahasiswa*. 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/bise.v7i2.72996>

Nur, I., & Novitaningyas, I. (N.D.). *Pengaruh Desain Produk Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Stambuk 2018 Universitas Medan Area)*.

Pasaribu, A. F. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa*. 10(2). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2>

Pratama, D. (2021). *Peran Customer Satisfaction Mediasi Pengaruh Word Of Mouth Dan Fasilitas Terhadap Purchase Intention*.

Putri, G., & Pratomo, Y. (2024, October 28). Indonesia Pengguna Tiktok Terbesar Di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan As. *Kompas*.

Rifaldi Dwi Syahputra, & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>

Sekar, M., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*.

Swastha, B., & Irawan. (N.D.). *Manajemen Pemasaran Modern*.

Syukur, M., & Salsabila, S. (2022). Influencer Impact; Solusi Produsen Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Istiqro*, 8(2), 129–140. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i2.1502>

- Tannady, H., Sjahruddin, H., Saleh, I., Renwarin, J. M. J., & Nuryana, A. (2022). Role Of Product Innovation And Brand Image Toward Customer Interest And Its Implication On Electronic Products Purchase Decision. *Widyakala Journal*, 9(2), 2337–7313. <https://doi.org/10.36262/Widyakala.V9i2.602>
- Tia, D. (2024, June 4). Tiktok : Sumber Pengaruh Etika Buruk? *Kompasiana*.
- Untuk, D., Salah, M., Syarat, S., Mempeoleh, G., Sarjana, G., Pada, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Muhammadiyah Makassar, U. (2019). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Le Minerale Di Kabupaten Enrekang Skripsi Oleh Rosmiati Binti Gati 10572 05464 15*.
- Varga, S. (2024, July 10). Tiktok Vs. Reels Vs. Shorts (A Study By Socialinsider). *Sociallinsider Blog*.
- Weismueller, J., Harrigan, P., Wang, S., & Soutar, G. N. (2020). Influencer Endorsements: How Advertising Disclosure And Source Credibility Affect Consumer Purchase Intention On Social Media. *Australasian Marketing Journal*, 28(4), 160–170. <https://doi.org/10.1016/J.Ausmj.2020.03.002>
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i1.728>